

**STRETEGI TIM SUKSES PEMENANGAN DEWI HANDYANI DALAM  
PILBUP TANGGAMUS 2018**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam  
Ilmu Ushuluddin dan Studi Agama

**Oleh :**

**DILLA ANNISA**

**NPM. 1531040094**

**Jurusan : Pemikiran Politik Islam**



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

# **STRETEGI TIM SUKSES PEMENANGAN DEWI HANDYANI DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018**

Pembimbing I : Dr. Nadirsah Hawari, M.A  
Pembimbing II : Dr. Tin Amalia Fitri, M. Si.

## **SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam  
Ilmu Ushuluddin dan Studi Agama

**Oleh :**

**DILLA ANNISA  
NPM. 1531040094**

**Jurusan : Pemikiran Politik Islam**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1441 H / 2019 M**

## STRATEGI TIM SUKSES PEMENANGAN DEWI HANDAYANI DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018

OLEH :  
DILLA ANNISA

Kemenangan seorang calon kandidat dalam pilbup tentu tidak lepas dari strategi *marketing politic* yang dilakukan calon kandidat dan tim sukses. Pada pilbup Tanggamus 2018 ada fenomena yang menarik, calon bupati Tanggamus Dewi Handayani merupakan istri mantan bupati Tanggamus selama 2 periode yaitu pada tahun 2008-2018, pada tahun 2016 suami beliau terkena kasus yang terkait dengan gratifikasi APBD tahun 2016. Melihat kondisi ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang terkait dengan strategi dan signifikansi tim sukses Dewi Handayani dalam pilbup Tanggamus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan signifikansi strategi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pilbup Tanggamus 2018. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah "field research". Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Strategi yang dilakukan tim sukses dalam pilbup Tanggamus 2018 sukses dengan memperoleh kemenangan. Tim sukses berhasil dalam mengimplemetasikan strategi marketing politik yang terkait dengan 4p (*product, promotion, price dan place*). Marketing politik *product* dimanfaatkan secara maksimal serta dijadikan kekuatan dalam strategi, pada *marketing* politik promosi digunakan secara baik untuk mendapatkan daya tarik masyarakat terutama dalam aspek *adversiting* dan publikasi, dalam aspek *event* debat tidak digunakan secara maksimal. Marketing politik *price* dalam aspek harga psikologis ini merupakan suatu kelemahan yang dimiliki tim sukses, dalam aspek harga ekonomi merupakan peluang yang dimiliki tim sukses. Marketing politik *place* yang diimplementasikan baik dari aspek distribusi dan merangkul semua lapisan masyarakat dimpletasikan dengan baik. Ancaman dalam pilbup yang sering terjadi adalah adanya *money politic*. Signifikansi strategi tim sukses Dewi Handayani adalah sangat signifikan karna mendapatkan perolehan suara 55,97% dengan memperoleh kemenngan di 16 kecamatan dari total 20 kecamatan yang ada di Tanggamus.

**Kata kunci : Strategi Tim Sukses Dewi Handayani Dalam Pilbup, Marketing Politik**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul: **STRATEGI TIM SUKSES PEMENANGAN DEWI HANDAYANI DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018**. Disusun oleh, **DILLA ANNISA NPM: 1531040094**, Program Studi: **PEMIKIRAN POLITIK ISLAM**, Telah diujikan pada sidang Munaqasyah di Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung pada Hari/tanggal : Jum'at, 20 Desember 2019

**TIM PENGUJI**

**Ketua Sidang**

**: Dr. Abdul Malik Ghozali, M.A (.....)**

**Sekretaris**

**: Yoga Irawan, M.Pd. (.....)**

**Pembahas Utama**

**: Dr. Ali Abdul Wakhid, M.Si. (.....)**

**Penguji Pendamping I**

**: Dr. Nadirsah Hawari, M.A. (.....)**

**Penguji Pendamping II**

**: Dr. Tin Amalia Fitri, M.Si. (.....)**

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama**



**Dr. H. M. Asif Anshori, M.Ag.**

**NIP. 196003131989031004**





**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarama, Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : STRATEGI TIM SUKSES PEMENANGAN DEWI  
HANDAYANI DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018**

**Nama : Dilla Annisa**

**NPM : 1531040094**

**Jurusan : Pemikiran Politik Islam**

**Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama**

**MENYETUJUI**

Untuk di Munaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang

Munaqasyah Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Nadiersah Hawari, M.A**

**NIP.197406282008011013**

**Dr. Tin Amalia Fitri, M. Si**

**NIP. 197801302011012004**

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Pemikiran Politik Islam**

**Dr. Tin Amalia Fitri, M. Si**

**NIP. 197801302011012004**

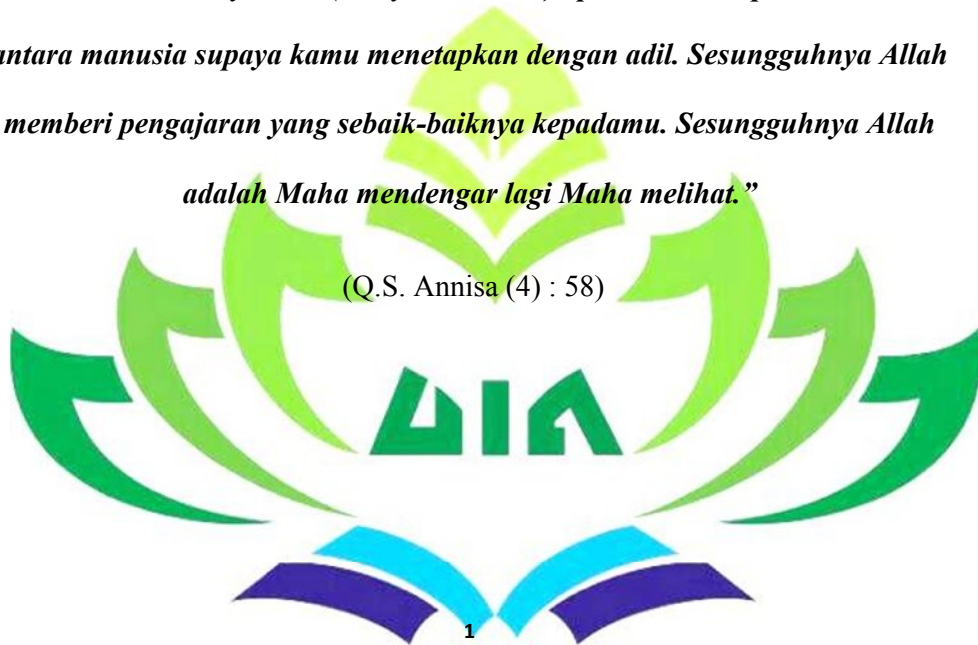
## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ

اللَّهُ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”*

(Q.S. Annisa (4) : 58)



---

<sup>1</sup> \* Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h.87.

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Alhamdulillahirobilalamin dan penuh rasa syukur yang tidak ada hentinya kupinta dan kusempatkan hanya kepada engkau Allah SWT Rabb semesta alam yang maha Esa atas takdir dan segala nikmat-Mu, kau jadikan aku seorang insan yang senantiasa berusaha, berfikir, berilmu, dan beriman kepada-Mu serta sabar dalam menjalani takdir kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini dapat menjadi salah satu langkah awalku dalam meraih cita-cita yang telah kutanamkan sejak kecil, dan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda Omansyah dan Ibunda Septa Maria Gustanti tercinta, yang telah membesarkan penulis dengan kesabaran dan penuh kasih sayang, mengasuh, mendidik serta mengarahkan, mendo'akan dan memberikan dukungan moril maupun materil agar terwujudnya cita-cita yang mulia ini
2. Nenek Rostina dan almarhum datuk Abdul Mutholib tercinta, yang telah memberikan dukungan, nasihat, dan semangat dikala penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 Satu.
3. Adik-adikku Tasha Vinaza, M.haddad Ramadhani, Aqila Ratu Anjani, Dustin Ferdinan Lau dan almarhum Kevin Lau yang telah memberikan semangat pada penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 Satu.



## RIWATAT HIDUP

Penulis lahir di Gisting, pada tanggal 28 April 1997, dari pasangan Ayahanda Omansyah dan Ibunda Septa Maria Gustanti. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar SDN 3 Talang Padang pada tahun 2009. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Sanawiyah Mts N 2 Tanggamus dan selesai pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan jenjang pendidikan SMAS di Daar El-Qolam 2 di Tangerang dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dan diterima sebagai mahasiswa jurusan Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 31 Oktober 2019

Penulis

**DILLA ANNISA**  
**NPM 1531040094**



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah tiada kata lain yang pantas diucapkan oleh seorang hamba kecuali kalimat puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan berbagai nikmat dan anungrah yang begitu besar kepada kita semua. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini sangat bersyukur karena dapat menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat serta dalam tidak lupa kita sanjung agungkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah dan semoga kita mendapatkan syafaatnta di akhir zaman kelak, Amin.

Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsai ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik yang bersifat moral dan materil dan spiritual, serta langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Dr. H. M. Afif Anshori, M.A** selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu **Dr. Tin Amalia Fitri, M. Si**, selaku Ketua Prodi Pemikiran Politik Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu **Ellya Rosana, MH** selaku Pembimbing Akademik yang telah meberikan pengarahan dan motivasi dalam bidang akademik selama di bangku kuliah.

4. Bapak **Dr. Nadirsah Hawari, M. A**, dan Ibu **Dr. Tin Amalia Fitri, M.Si**, selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarah dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen jurusan Pemikiran Politik Islam dan seluruh pengajar di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menimba ilmu di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.
6. Pemerintah Kabupaten Tanggamus yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian.
7. Untuk Mamiku Lenny Dwi Apriyani yang telah memberikan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Stara Satu.
8. Untuk cu Heppy Dwi, uyang Warni dan Datuk Tunadi yang telah memberikan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Stara Satu.
9. Untuk ibung Dini Wahyuni dan mak A Dimas Kurniawan yang telah memberikan motivasi serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan Sarjana Stara Satu.
10. Untuk Sahabatku Mustika Damai Yanti yang telah memberikan motivasi dan saling menyemangati satu sama lain, terima kasih untuk canda, tawa, duka serta kenangan dalam masa menjadi anak kos yang telah kita lewati selama ini.

11. Untuk sahabat-sahabat *Beyond* Lampung Gita Meilistiana Herlambang, Lutfi Indriyanti, Irhas Ainur Rafiq, Dimas Seto dan Muhammad Ilham yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas canda tawa yang telah kita lalui bersama.
12. Untuk sahabatku Dea Maya Sari yang telah memberikan semangat serta nasihat-nasihat selama perjalanan perkuliahan dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas canda, duka, tawa yang telah kita lewati selama empat tahun masa kuliah.
13. Untuk teman-teman PPI kelas B 2015 yang telah memberikan pengalaman serta diskusi-diskusi yang bermanfaat selama menimba ilmu di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, terima kasih atas segala pembelajaran.

Demikianlah semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menambah wawasan bagi yang membacanya

Bandar Lampung, 31 Oktober 2019

Penulis,

**DILLA ANNISA**  
**NPM 1531040094**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>

### **BAB I     PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	2
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Metode Penelitian .....	8
H. Metode Pengumpulan Data .....	11
I. Penguji Keabsahan Data .....	13

### **BAB II     LANDASAN TEORI**

A. Strategi .....	15
1. Pengertian Strategi.....	15
2. Tujuan Strategi Tim Sukses .....	17
B. Marketing politik .....	18
1. Pengertian Marketing Politik.....	18
C. Konsep Analisa SWOT.....	22
D. Pemilukada .....	24
1. Pengertian Pemilukada.....	25
2. Landasan Hukum Pemilukada.....	26
Tinjaun Pustaka.....	27

### **BAB III     TIM SUKSES DEWI HANDAJANI DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018**

A. Sejarah Umum Kabupaten Tanggamus .....	30
1. Sejarah Singkat Kabupaten Tanggamus .....	30
2. Kelembagaan Pemerintahan .....	36
3. Kondisi Geografis.....	36

4.Kondisi Demografi .....	38
B. Tim Sukses .....	40
1.Data Tim Sukses .....	40
2.Struktur DPC PDIP Tanggamus .....	47
3.Visi,Misi danProgram Dewi Handyani .....	48
C. Data Hasil Perolehan Suara Pilbup Tanggamus 2018 .....	54

#### **BAB IV    STRETEGI   TIM   SUKSES   DEWI   HANDAJANI   DALAM PILBUP TANGGAMUS 2018**

A.    Srategi Tim Sukses Pemenangan Dewi Handajani Dalam Pilbup Tanggamus 2018.....	55
B.    Signifikan Strategi Tim Sukses Pemenangan Dewi handajani Dalam Pilbup Tanggamus 2018.....	75

#### **BAB V    PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	88
B. Saran .....	89

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Maka maksud dari peneliti dalam judul skripsi ini adalah ***Strategi Tim Sukses Pemenangan Dewi Handayani Dalam Pilbup Tangamusi 2018***.

Strategi adalah bagian-bagian terpadu dalam suatu *plan* (rencana), sedangkan rencana adalah produk dari suatu *planing* (perencanaan), yang akhirnya perencanaan merupakan fungsi-fungsi dasar dari proses manajemen.<sup>1</sup> Strategi marketing politik adalah suatu cara atau metode yang sudah disurvei untuk digunakan dalam kontestasi politik yang berkaitan dengan *product, promosi, price* dan *place*.

Tim sukses adalah sekumpulan orang yang dibentuk oleh calon wakil rakyat, partai pengusung dan memiliki wawasan politik yang cukup luas paham dan akan pengetahuan politik praktis. Strategi tim sukses yang dimaksud dalam judul ini adalah tentang bagaimana metode yang dilakukan sekumpulan orang yang memiliki pengetahuan politik luas baik secara aspek internalnya maupun dari segi aspek eksternalnya.

Pemenangan berasal dari kata menang yang artinya dapat mengalahkan (lawan, musuh, saingan) dan unggul, jadi maksud kemenangan dalam judul ini adalah suatu cara, usaha, metode dan proses yang dilakukan tim sukses untuk menang dalam pemilu Tangamusi 2018.

---

<sup>1</sup>Rosadi Ruslan, *Management Public Relation dan Media: Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Pustaka, 2006), h.123



Pemilihan bupati Tanggamus 2018 adalah proses memilih bupati Tanggamus yang dilaksanakan pada tahun 2018 sesuai dengan aturan-aturan KPU untuk menentukan bupati terpilih, salah satu syarat dalam mengikuti pilkada yaitu sudah memenuhi syarat administratif dan sudah menikah.

Strategi tim sukses pemenangan pemilihan bupati Tanggamus 2018 merupakan suatu rencana yang telah disusun dengan menggunakan cara atau langkah-langkah yang sudah diamati serta diimplementasikan oleh segelintir orang tertentu yang memiliki wawasan politik yang luas serta paham akan politik praktis yang tujuan akhirnya adalah memperoleh kemenangan dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018. Berdasarkan penjelasan diatas maka maksud dari judul skripsi adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dan signifikansi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018.

## **B. Alasan Memilih Judul**

1. Dewi Handayani merupakan istri dari Bambang Kurniawan mantan bupati Tanggamus yang pernah terkena kasus gravitasi APBD, Dewi Handayani merupakan perempuan pertama yang menjadi bupati dalam sejarah kabupaten Tanggamus. Kemenangan dalam pilbup merupakan hal yang menarik untuk mengetahui bagaimana tim sukses dalam merancang strategi pilbup Tanggamus.
2. Judul yang diteliti ada kaitannya dengan jurusan PPI (Pemikiran Politik Islam) dan penelitian ini didukung dengan literatur-literatur yang memadai

sehingga memungkinkan penelitian dapat menyelesaikan dengan waktu yang direncanakan.

3. Lokasi penelitian sangat terjangkau tidak jauh dari tempat penulis, serta tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung dalam penelitian, yang mempermudah penulis mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, Sehingga memungkinkan penelitian dapat menyelesaikan dengan waktu yang sudah ditergetkan.

### **C. Latar Belakang Masalah**

Pemilihan kepala daerah merupakan proses kontetasi politik dalam proses pemilihan pejabat publik daerah dalam demokrasi, sejak berubahnya era Orde Baru ke Reformasi ada perubahan dalam sistem pemilhan wakil rakyat dalam pemerintahan, pada masa era Orde Baru rakyat tidak bisa memilih politikus yang sesuai dengan hati nurani dikarnakan masih menggunakan sistem perwakilan dari partai. Berubahnya sistem ini rakyat bisa menilai calon politikus melalui sistem pemilu dengan menilai proses politik calon wakil rakyat, berbicara tentang politik tentu tidak lepas dari arti kekuasaan, kewenangan dan memiliki jabatan yang tinggi, serta adanya straegi politik yang digunakan untuk kemenangan calon wakil rakyat. Kompetisi dalam pemilihan bupati yang terjadi tentu saja tidak hanya dipengaruhi partai politik tetapi juga dipengaruhi oleh figur kandidat seperti ketokohan, moralitas, popularitas, pekerjaan dan latar belakang pendidikan.

Pada pemilihan bupati Tanggamus 2018, ada fenomena menarik yaitu sosok calon bupati kabupaten Tanggamus Dewi Handayani merupakan istri dari Bupati Bambang Kurniawan, banyak masyarakat yang sudah mengenal sosok ini dikarenakan sudah menjabat dari wakil bupati tahun 2003-2008 dan menjabat sebagai bupati selama 2 periode tahun 2008-2018. Pada tahun 2016 Bupati Tanggamus terkena kasus yang berhubungan dengan gravitikasi APBD, masyarakat yang kurang menyukai sosok bupati Tanggamus Bambang Kurniawan, karna terjadinya kasus ini turunnya tingkat kepercayaan dan adanya rasa kecewa.

Pilbup tidak bisa lepas dari sosok yang berpartisipasi dalam pemilu dimana langkah awal untuk mudah berkampanye diterima oleh masyarakat hal pertama ada adalah rasa kepercayaan serta elektibilitas terhadap sosok yang berkampanye, kasus suami dari calon bupati Tanggamus mulai adanya masyarakat yang berpikir untuk tidak tertarik terhadap sosok bupati tanggamus Dewi Handayani dikarenakan itu adalah suaminya sudah terkena kasus yang berhubungan dengan gravitikasi APBD, masyarakat mulai berpikir jika menjabat akan melakukan kesalahan yang sama, padahal setiap orang belum tentu melakukan kesalahan yang sama. Dari rasa kurangnya kepercayaan dan rasa kecewa masyarakat mulai enggan mengetahui bagaimana cara berpolitik bupati dan wakil bupati Tanggamus 2018.

Kabupaten Tanggamus adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung, Indonesia. Ibu kota kabupaten Tanggamus terletak di Kota Agung Pusat. Kabupaten Tanggamus diresmikan berdasarkan Undang-Undang



Nomor 2 tahun 1997, tanggal 21 Maret 1997. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 4.654,98 Km dan berpenduduk sebanyak 580.383 dengan kepadatan penduduk 124 jiwa/km.<sup>2</sup>

Kabupaten Tanggamus pada tahun 2018 melaksanakan pemilihan umum (pilkada bupati), pilkada yang dilakukan secara langsung oleh penduduk daerah administratif setempat yang memenuhi syarat, pilkada dilakukan secara langsung menurut UU No 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU NO 22 Tahun 2007 tentang Penyelenggaraan Pemilihan Umum.<sup>3</sup>

Pilkada bupati tanggamus yang dilaksanakan pada 22 juli 2018 ada dua calon pilbup yaitu Dewi Handayani dan Samsul Hadi. Dewi Handayani mendapat nomor urut 1 dengan partai pengusung PDIP, PAN, PKS, Nasdem dan PKPI dengan hasil perolehan perolehan suara 55,97%. Samsul Golkar, Demokrat, PKB, PPP, Hanura dan Gerindra dengan hasil suara 44,05%.<sup>4</sup>

Tabel 1.1 Hasil Perolehan Suara pemilihan bupati Tanggamus 2018.

Hasil Perolehan Suara Dewi Handayani		Hasil Perolehan Suara Samsul Hadi
Kecamatan	Perolehan Suara	Perolehan Suara
Air Naningan	10.935	4.910
Banjar Negeri Semoung	3.800	3.885
Bulok	6.603	4.708
Cukuh Balak	7.724	3.567
Gisting	11.558	10.220

<sup>2</sup><http://Tanggamus.go.id/> diakses pada tanggal 8 oktober 2018 pada pukul 16.00 WIB

<sup>3</sup> UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, (Jakarta: Sekretariat MPR RI, 2017),

<sup>4</sup> KPU Tanggamus

Gunung Alip	5.037	4.534
Kelumbayan	3.856	1.887
Kelumbayan Barat	5.492	1.077
Kota Agung	11.115	10.405
Kota Agung Pusat	4.512	5.592
Kota Agung Timur	5.117	5.429
Limau	5.484	4.538
Pematang Sawa	4.009	4.695
Pugung	16.130	13.301
Pulau Panggung	10.530	9.058
Semaka	10.856	8.366
Sumberejo	12.196	10.990
Talang Padang	12.024	11.194
Ulu Belu	13.056	9.574
Wono Sobo	10.536	8.555

*Sumber Data KPUD Tanggamus.*

Pemilihan bupati kabupaten Tanggamus pada tanggal 22 Juli 2018 yang dimenangkan pasangan Dewi Handayani-Ahmad Syafi'i memenagkan hasil akhir suara sebanyak 18 kecamatan dari 20 kecamatan yang ada di kabupaten Tanggamus 2018. Berdasarkan kajian tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti “Strategi Tim Sukses Pemenangan Dewi Handayani Dalam Pemilihan Bupati Tanggamus 2018.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018?

2. Bagaimana signifikansi strategi tim sukses dalam kemenangan Dewi Handayani pada pemilihan bupati Tanggamus 2018?

#### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi media tim sukses kemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018.
2. Untuk mengetahui signifikansi strategi tim sukses dalam kemenangan Dewi Handayani pada pemilihan bupati Tanggamus 2018.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu pengetahuan pada jurusan pemikiran politik islam khususnya tentang strategi politik tim sukses dalam pemilihan bupati.
2. Menambah kontribusi dalam mengemban wacana berpikir dan sebagai sarana penetapan ilmu yang bersifat teori yang sudah dipelajari.

#### **G. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis yang akan penulis lakukan ini berupa penelitian lapangan, penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang terjadi secara realistis di tengah-tengah masyarakat. Penelitian lapangan yang



bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.<sup>5</sup> Penelitian ini akan membahas bagaimana strategi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018 dan signifikansi strategi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018.

## 2. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Yaitu sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau adanya.<sup>6</sup> Penelitian dilakukan untuk menjelaskan, menggambarkan variabel-variabel masa lalu dengan masa sekarang (sedang terjadi), atau deskriptif eksploratif yang bertujuan menggambarkan keadaan atau fenomena. Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset diskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (prespektif subjek) lebih difokuskan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

## 3. Sumber Data

### a. Data primer

---

<sup>5</sup>Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset*, (Bandung; Mandar Maju, 1996), h.32

<sup>6</sup>Handar Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta, Gama Pres, 1987), h.

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh orang yang melakukan penelitian atau orang bersangkutan memerlukannya.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini informan dipilih dengan mendasar pada subjek yang menguasai penelitian, memiliki data serta bersedia memberikan informasi data.

Peneliti menggunakan data primer yang berasal dari wawancara yang dilakukan peneliti, dalam menentukan informan peneliti menggunakan teknik *purposive*. Teknik *purposive* adalah teknik penentuan informan berdasarkan wawasan dan pengetahuan mengenai topik penelitian agar mendapatkan informasi yang selengkap-lengkapny.

Penulis menfokuskan informan pada tim sukses dan Dewi Handayani, berikut tabel informan dalam penelitian ini :

Tabel 1.2 Data Primer

NO	Nama	Jabatan
1	H.Heni Susilo	Ketua tim sukses koalisi pemenang
2	Robinson	Ketua tim sukses koalisi pemenang
3	Vina Novasari	Bendahara tim koalisi pemenang
4	Kurnain S, IP	Bidang SDM dan kreatif
5	Spoian	Bidang data dan informasi
6	Fakhrudin N	Bidang pengalangan massa
7	Imron Shaleh	Bidang relawan
8	Irwandi Siregar	Tim Sukses Samsul-Nuzul (lawan politik)

<sup>7</sup>M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi penelitian Dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h. 81

## b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data sekunder disebut data tersedia.<sup>8</sup> Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat, dokumen, serta foto.

Tabel 1.3 Data Sukunder

NO	Nama	Jabatan
1	Chaca	Masyarakat
2	Warni	Masyarakat
3	A Dimas Kurniawan	Masyarakat
4	Lili	Masyarakat
5	Doni	Masyarakat

## H. Metode Pengumpulan Data

### a. Metode Interview

Interview disebut juga wawancara atau kuesioner, lisan merupakan dialog yang dilakukan oleh wawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Dalam hal ini penulis menggunakan interview bebas terpimpin

---

<sup>8</sup>*Ibid*

yaitu wawancara yang dilakukan dengan bebas tetapi pertanyaan yang diajukan pada pedoman yang telah ditetapkan.<sup>9</sup>

Berdasarkan pembahasan diatas metode wawancara merupakan salah satu cara yang dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung dengan satu orang atau lebih yang dilakukan secara lisan.

#### **b. Metode Dokumentasi**

Dalam penelitian kasus yang akan dilaksanakan, informasi-informasi yang berbentuk dokumen sangat relevan karena tipe informasi ini bisa menggunakan berbagai bentuk dan dijadikan sumber data yang eksplisit. Adapun jenis-jenis dokumentasi tersebut yaitu klipimg, artikel, surat kabar, foto dan lain-lain.<sup>10</sup>

#### **c. Analisis Data**

Data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis kuantitatif yaitu: digambarkan dengan kata-kata atau kalimat, dipisahkan menurut kategori untuk diambil suatu kesimpulan.<sup>11</sup>

Menurut Sugiyono analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola,

---

<sup>9</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998), h. 145-146

<sup>10</sup> Abdurahman Fatoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 105

<sup>11</sup> Ibid, h. 149



memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>12</sup>

Langkah-langkah yang diperlukan dalam menganalisa data adalah reduksi data, penyajian/paparan data, dan verifikasi yang dilakukan sebelum dan sesudah penelitian yaitu :

a. Data reduksi

Meruksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bisa diperlukan<sup>13</sup>. Adapun data yang dianggap penting yaitu yang berkaitan dengan strategi dan signifikansi tim sukses Dewi Handayani dalam pilbup Tanggamus 2018.

b. Penyajian Data

Penyajian data yang baik merupakan cara yang pokok bagi analisis kuantitatif yang valid. Setelah data direduksi selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam kuantitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2015) h. 239

<sup>13</sup>*Ibid*, h. 335-345

<sup>14</sup>*Ibid*, h. 335-345

c. Verifikasi

Kesimpulan juga diverifikasi dalam penelitian berlangsung, secara sederhana makna-makna yang muncul dari data yang muncul harus diuji kebenaran, kekuatan dan kecocokannya, yakni merupakan validilitasnya.<sup>15</sup>

### G. Penguji Keabsahan Data

Agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawaban maka dikembangkan tata cara untuk mempertanggung jawaban keabsahan hasil penelitian, dengan memeriksa keabsahan hasil penelitian dengan memeriksa keabsahan datanya, adapun cara untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi.

Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzim dalam Meoloeng, membedakan empat macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

a. Triangulasi dengan sumber

Triangulasi dengan sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber dengan membandingkan keadaan serta perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan. Dalam penelitian kualitatif untuk mencapai kepercayaan itu adalah :

---

<sup>15</sup>*Ibid*, h. 335-345

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dengan berbagai kelas.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen.

Dengan demikian pada penelitian ini, uji kredibilitas data hasil penelitian dilakukan dengan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Strategi

#### 1. Pengertian Strategi

Strategi bersal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Menurut Karl Von Clousewitz strategi adalah pengetahuan tentang penguasaan pertempuran untuk memenangkan peperangan politik adalah interaksi antara pemerintah dan masyarakat dalam proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat tentang kebaikan bersama masyarakat yang tinggal dalam suatu wilayah tertentu.<sup>16</sup>

Strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*palaning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.<sup>17</sup>

Strategi tim sukses adalah sebuah rencana yang disusun secara matang dan sudah di *survey* untuk diimplementasikan rencana yang dirancang oleh sekumpulan orang yang memiliki kemampuan atau pengetahuan politik secara teori maupun praktis baik dari aspek internal maupun eksternal. Prinsip strategi yakni “mengetahui segala sesuatu yang dilakukan oleh musuh sebelum musuh melakukannya”.

---

<sup>16</sup> [www.digilib.uinsby.ac.id](http://www.digilib.uinsby.ac.id) dilihat pada tanggal 8 Februari 2019 pada pukul 19.00.

<sup>17</sup> Rosadi Ruslan, *Manegement Public Relation dan Media: Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Grafindo Pustaka, 2006), h. 123.



Menurut Peter Schrooder ada beberapa langkah strategi politik yaitu

1. Merumuskan Misi
2. Perumusan Sasaran
3. Implementasi Strategi
4. Pengendalian Strategi.<sup>18</sup>

Strategi tim sukses yang dilakukan dalam pemilihan bupati adalah sebuah cara, usaha dan metodologi untuk mengetahui segala aspek yang meliputi kekuatan, kelemahan dan peluang dari lawan politik. Strategi yang sudah disusun menghasilkan gagasan dan konsepsi yang kemudian dikembangkan oleh tim sukses. Tim sukses tidak hanya memiliki latar belakang dari politik ada beberapa yang berasal dari relawan yang memiliki segala macam latar belakang pekerjaan yang berbeda. Strategi yang dilakukan untuk memperoleh kekuasaan secara sah dari proses demokrasi melalui pemilihan umum, setiap partai koalisi, tim sukses dan elit politik mempunyai strategi sendiri untuk memperoleh kepentingan kekuasaan. Berhasil atau gagal tim sukses dalam memperoleh kemenangan tergantung dari penyusunan dan pelaksanaan strategi yang sudah direncanakan dan di *survey* sesuai dengan *culture*, kebutuhan suatu desa, kecamatan atau daerah tertentu yang bertujuan untuk memperoleh tujuan yang akan dicapai.

---

<sup>18</sup> Peter Schroder, *Strategi Politik*, (Jakarta : Friedch-nauman-stiftung fuer die freheeit, 2013), h. 36-49

## 2. Tujuan Strategi Tim Sukses

Pemilihan dan penetapan strategi merupakan suatu hal yang sangat krusial, semua kalangan baik kandidat, partai politik, elit politik dan tim sukses dibutuhkan kerja sama yang solid untuk bisa menjalankan serta mengimplemtasikan strategi yang sudah disusun dan di *survey*. Penentuan strategi untuk mengetahui beberapa yaitu *pertama*, untuk mengetahui prentase kemenangan sebelum dilakukan pilkada, *kedua*, untuk mengetahui lawan politik yang tanguh dan memiliki basis jaringan yang kuat, *ketiga*, untuk mengetahui kebutuhan finansial yang diperlukan.

Ketiga tujuan tersebut merupakan langkah awal yang dilakukan untuk mencapai tujuan akhir yaitu kemenangan dalam kontestasi politik. Oleh karna itu ilmu pengetahuan akan poltik yang luas pragtis, proses serta tahapan dalam pemilihan umum merupakan hal yan sangat krusial dalam mengikuti kontatasi politik.

Keberhasilan dalam melakukan dan mengimplemtasikan strategi politik yang berhasil sangat erat keterkaitannya dengan tim sukses. Tim sukses merupakan seseorang yang direkkrut, memiliki pengetahuan politik yang luas dan politik pragtis yang sudah diseleksi oleh kandidat dan partai pengusung kandidat untuk di tempatakan sesuai fungsinya. Tim sukses biasanya terdiri dari Penasehat, Tim Ahli, Tim Riset dan Litbang, Tim Pengumpul Dana, Tim Kampanye, Tim Media, Tim Pengalangan Massa, Tim Hubungan Antar

Daerah, Tim Pengamat, Tim Pengamanan, serta Tim Pengumpul Suara.<sup>19</sup> Pemilihan dan kerja sama tim sukses yang penting karna akan mempengaruhi target-target yang ingin dicapai yaitu kemenangan.

## **B. Marketing Politik**

### **1. Pengertian Marketing Politik**

*Marketing* politik merupakan konsep permanen yang harus dilakukan terus-menerus oleh sebuah partai politik atau kontestan dalam membangun kepercayaan dan *image* publik.<sup>20</sup> Marketing politik harus dilihat secara komprehensif.

- a. *Pertama*, marketing politik lebih daripada sekedar komunikasi politik.
- b. *Kedua*, marketing politik diaplikasikan dalam sebuah proses organisasi partai politik. Tidak hanya tentang kampanye politik tetapi sampai juga pada tahap bagaimana mengformulasikan produk politik melalui pembangunan simbol, *image*, *platform*, dan program yang ditawarkan.
- c. *Ketiga*, marketing politik menggunakan konsep marketing secara luas tidak hanya terbatas pada teknik marketing, namun juga sampai pada strategi *marketing*, teknik dari publikasi, menawarkan ide dan program, serta desain produk sampai ke market inteligent dan pemrosesan informasi.
- d. *Keempat*, marketing politik melibatkan banyak disiplin ilmu dalam pemahasannya, seperti sosiologi dan psikologi.

---

<sup>19</sup>Hafied Canggara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h.226.

<sup>20</sup>Firmanzah, *Marketing Politik*, ( Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2012), h.198.

e. *Kelima*, konsep *marketing* bisa diterapkan dalam berbagai situasi politik, mulai dari pemilihan umum sampai ke proses lobi di permanen.<sup>21</sup>

Marketing politik	Indikator
Produk	1. Platform partai 2. Framing image 3. Karakteristik personal 4. Visi misi
Promosi	1. <i>Advertising</i> 2. Publikasi 3. <i>Event</i> debat
Harga	1. Biaya ekonomi 2. Biaya psikologi
Tempat	1. Distribusi 2. Merangkul lapisan masyarakat

Menurut Niffenger marketing politik terdiri dari :

#### a. Produk

Produk(*product*) yang ditawarkan dalam institusi politik merupakan sesuatu yang kompleks, dimana pemilih akan menikmatinya setelah sebuah partai atau kandidat seorang terpilih. Arti penting sebuah produk politik tidak hanya ditentukan suatu produk itu sendiri, Niffenger membagi produk politik dalam tiga kategori :

1. *Party platform* (platform partai)
2. *Past record* (catatan tentang hal-hal yang dilakukan di masa lampau)
3. *Personal characteristic* (ciri pribadi).<sup>22</sup>

Produk utama dalam sebuah institusi politik adalah *platform* partai yang berisikan konsep, identitas, ideologi dan program kerja sebuah institusi

<sup>21</sup>*Ibid*

<sup>22</sup>*Ibid*, h. 200



politik. O'shaughnessy memberikan beberapa karakteristik tentang produk politik, partai politik menjual produk yang tidak nyata (*intangible product*) sangat terkait dengan sistem nilai (*value laden*) didalamnya melekat janji dan harapan akan masa depan didalamnya terdapat visi yang antraktif kepuasan yang dijanjikan tidaklah segera tercapai tetapi hasilnya tidak bisa dinikmati dalam jangka panjang, tidak pasti dan bisa ditafsirkan macam-macam (*multi-interpratable*).<sup>23</sup>

## **b. Promosi**

Sebagian besar literatur dalam marketing politik membahas cara sebuah institusi politik dalam melakukan promosi (*promotion*) ide, *platform* partai dan ideologi selama kampanye pemilu. Menurut Wing promosi politik adalah cara atau metode yang dilakukan suatu institusi politik terkait untuk menampilkan slogan atau jargon dari institusi politik. Tidak jarang sebuah institusi politik bekerja sama dengan sebuah agen iklan dalam membangun slogan, jargon dan citra yang akan ditampilkan. Pemilihan media merupakan suatu hal yang dipertimbangkan, tidak semua media dapat dijadikan ajang sebuah promosi. Rotchild menunjukan pemilihan media merupakan salah satu faktor penting dalam penetrasi pesan politik ke publik.<sup>24</sup> Media yang biasanya digunakan dalam promosi menggunakan media cetak, elektronik dan sosial.

Promosi juga bisa dilakukan oleh institusi politik melalui debat TV, dalam acara macam ini publik berkesempatan melihat pertarungan program

---

<sup>23</sup>*Ibid*, h. 201

<sup>24</sup>*Ibid*, h. 203

kerja yang ditawarkan oleh masing-masing instusi politik. Selain itu, promosi bisa dilakukan melalui pengerahan masa dalam jumlah besar untuk menghadiri sebuah tablig akbar atau temu kader. Selain ingin tetap menjaga hubungan antara instusi politik dengan massanya, kesempatan macam ini akan diliput oleh media massa secara tidak langsung dilihat sebagai media promosi.<sup>25</sup>

### c. Harga

Harga dalam *marketing* politik mencakup banyak hal, mulai ekonomi, psikologis sampai ke citra nasional. Harga ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan institusi politik selama periode kampanye. Dari biaya iklan, publikasi, biaya ‘rapat-akbar’ sampai ke biaya administrasi pengorganisasian tim kampanye. Harga psikologis mengacu pada harga persepsi psikologis, misalnya apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang-etnis, agama, pendidikan, dan lain-lain-seorang presiden. Harga *image* nasional berkaitan dengan apakah pemilih merasa kandidat presiden tersebut bisa memberikan citra positif suatu bangsa-negara dan bisa menjadi kebanggaan nasional atau tidak.<sup>26</sup>

Suatu institusi politik berusaha untuk meminimalisasi harga produk politik mereka dan meningkatkan harga produk politik lawan. Menjadikan harga produk politik lawan semakin mahal merupakan strategi yang bisa digunakan partai politik atau calon presiden guna memperoleh dukungan

---

<sup>25</sup>*Ibid*, h. 204

<sup>26</sup>*Ibid*, h. 205

publik, sebab pemilih akan memilih atau kontestan yang memiliki risiko atau harga relatif paling kecil.<sup>27</sup>

#### **d. Tempat**

Tempat berkaitan erat dengan cara hadir atau distribusi sebuah institusi politik dan kemampuannya dalam berkomunikasi dengan para pemilih atau calon pemilih. Sistem distribusi diartikan sebagai suatu jaringan yang berisi orang dan institusi yang terkait dengan aliran produk politik kepada masyarakat secara luas, sehingga masyarakat dapat merasakan dan mengakses produk politik dengan lebih mudah.<sup>28</sup>

Dalam dunia politik, distribusi produk politik sangat terkait erat dengan mekanisme jangkauan dan penetrasi produk politik sampai ke daerah plosok. Masyarakat yang berada dalam jarak yang sangat jauh akan dapat merasakan bahwa produk politik suatu kontestan lebih baik dibandingkan dengan kontestan lain. Pemilihan media seperti koran, tv, radio, internet, majalah, brosur, *plaffrorm* dan poster yang diedarkan ke daerah merupakan salah satu bentuk fisik dari distribusi dalam konteks *marketing* politik.<sup>29</sup>

### **C. Konsepsi Analisa SWOT**

Analisa swot digunakan dalam berfikir secara strategis. Berfikir stretegis berkaitan dengan SWOT yaitu, penilaian terhadap hasil identifikasi situasi untuk menentukan apakah situasi kondisi dikategorikan sebagai kekuatan,

---

<sup>27</sup>*Ibid*, h. 205-206

<sup>28</sup>*Ibid*, h. 207

<sup>29</sup>*Ibid*, h. 208

kelemahan, peluang ataupun ancaman. Anailsa SWOT adalah analisis dalam menacari relasi dan titik temu antara faktor-faktor strategi dalam lingkungan internal atau eksternal, sambil menacari hubungannya dengan visi misi dan tujuan organisasi.

Anilisa SWOT menurut Sondang P. Siagian merupakan salah satu instrumen analisa yang ampuh apabila digunakan secara tepat telah diketahui pula secara luas bahwa SWOT merupakan akromin dari kata *strengths*(kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threat* (ancaman).<sup>30</sup>

Menurut Rangkuti menjelaskan matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan acaman internal dan eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis yaitu :

Tabel 1.4 Digram matrik SWOT

EFAS \ IFAS	Kekuatan (strength)	Kelemahan (weaknes)
Peluang (oppurtunity)	STRATEGI SO Ciftakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memnafaatkan peluang	STRATEGI WO Ciftakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (oppurtunity)	STRATEGI ST Ciftakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatsi ancaman	STRATEGI WT Ciftakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber Rangkuti 2018

<sup>30</sup>Sondang P. Siagian, *Manejemen Strategik*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2000) h172



a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memnafaakan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.<sup>31</sup>

## D. Pemilukada

### 1. Pengertian Pemilukada

Pemilukada adalah pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota yang selanjutnya disebut pemilihan adalah pelaksanaan kedaulatan rakyat di Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk memilih Gubernur, Bupati dan Walikota secara langsung dan demokratis.<sup>32</sup>

Pemilukada merupakan bukti dari implemetasi demokrasi, mengandung arti bahwa rakyatlah yang memiliki kekuasaan tertinggi. Melalui pemilukada

---

<sup>31</sup>Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisa SWOT*, ( Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), h. 83-84

<sup>32</sup> Undang-Undang No. 12 Tahun 2008 tentang Pemerintahan Daerah.

rakyat dapat memilih siapa yang akan menjadi pemimpin daerahnya, menentukan kebijakan yang sesuai dengan kultur daerah, membangkitkan ekonomi daerah dan menentukan sebuah masa depan daerah maupun negara untuk lima tahun kedepan.

Pemilukada merupakan ajang kontestasi politik dimana seorang kepala daerah memiliki minimal dua peran dalam menjalankan roda pemerintahan. Pertama, berperang sebagai kepala daerah otonom, dimana kepala daerah dapat memiliki wewenang dan tugas untuk mengatur, menjalankan dan mengawasi urusan pemerintahannya sendiri. Kedua, berperang sebagai pemimpin yang dapat mengayomi rakyat dan prorakyat dimana asas kebijakan seseuai dengan kebutuhan yang daerah perlukan, dapat membawa efek positif dan bisa memajukan daerah yang dipimpinnya.

Pemilukada langsung merupakan salah satu upaya yang signifikan untuk mewujudkan dan mengimplemtasikan demokrasi di tingkat lokal. Pemilukada merupakan proses pendalaman dan penguatan demokrasi serta upaya untuk mewujudkan pemeritahan yang efektif.<sup>33</sup> Pemilikada memiliki asas yaitu asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil.

Pemilukada langsung diharapkan dapat menawarkan sejumlah sekaligus harapan dalam mewuujudkan pertumbuhan, pendalaman dan perluasan demokrasi lokal yaitu :

1. Dapat membuka ruang partisipasi politik yang lebih besar bagi masyarakat yang ingin mengikuti proses demokrasi.

---

<sup>33</sup> Zubakhrum Tjenteng, *Pilkada Serentak Penguatan Demokrasi di Indonesia*, (Depok, Pustaka Kemang, 2016), h. 41

2. Dari sisi kontestasi politik. Pemilu langsung dapat memungkinkan adanya lebih besar preferensi kandidat-kandidat berkampanye dalam ruang yang terbuka dibandingkan ketertutupan yang sering terjadi dalam sistem perwakilan.
3. Sistem pemilu langsung masyarakat dapat mengaktualisasi hak-hak politik yang lebih baik tanpa diganggu dan dimanfaatkan oleh elit politik dalam sistem perwakilan. Masyarakat mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan pendidikan politik dan training dalam kepemimpinan.
4. Pemilu langsung dapat memperoleh calon pemimpin yang lebih baik, aspiratif, kompeten dan *legitimate*.

## **2. Landasan Hukum Pemilu**

Setelah Indonesia merdeka, undang-undang yang menyinggung kedudukan kepala daerah yaitu UU NO 1 Tahun 1945, undang-undang tersebut menjalankan fungsi eksekutifnya sebagai pemimpin komite nasional daerah, juga menjadi anggota dan ditetapkan sebagai ketua legislatif dalam perwakilan daerah. UU NO 1 Tahun 1945 setelah tiga tahun diganti dengan UU NO 28 Tahun 1948, berubahnya konstitusi menjadi Republik Indonesia serikat undang-undang yang mengatur tentang pemerintahan daerah yaitu UU NO 1 Tahun 1957.

Keluarnya Dekrit presiden pada tanggal 5 Juli 1959 berdampak pada keluarnya UU NO 18 tahun 1965 tentang pokok-pokok pemerintahan daerah, pemerintahan Orde Baru menerbitkan UU NO 5 Tahun 1974 tentang pokok-

pokok pemerintahan daerah, dengan berlandaskan pada undang-undang 1945 dan Pancasila secara murni dan konsekuen. Setelah jatuhnya rezim Orde Baru maka ditetapkan UU NO 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah, untuk menggantikan UU NO 22 Tahun 1999 digantikan dengan UU NO 32 Tahun 2004 undang-undang ini mengatur tentang pemilihan kepala daerah secara langsung, UU NO 32 Tahun 2004 melahirkan UU NO 12 Tahun 2008.

Pada tanggal 19 April 2007 terbitlah UU NO 22 Tahun 2007 tentang penyelenggaraan pemilihan umum, di pemilihan umum ini pemilihan kepala daerah dimasukkan di rezim pemilu, maka kemudian masyarakat mengenal pemilihan kepala daerah dengan PEMILUKADA.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan dari segi objek, tempat, subjek, dan waktu penelitian. Adapun hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Strategi Tim Sukses Kemenangan Dewi Handayani Dalam Pilbub Tanggamus 2018.

1. **Strategi Pemenangan Pasangan Raden Adipati Suri dan Edward Antoni Dalam Pemilukada Serentak Di Way Kanan.** Skripsi ini ditulis oleh Rasniati, IAIN Raden Intan Lampung fakultas Ushuluddin jurusan Pemikiran Politik Islam tahun 2016.<sup>34</sup> Fokus penelitiannya pada strategi kandidat yaitu pasangan Raden Adipati dan Edward Antoni sedangkan

---

<sup>34</sup>Rasniati, *Strategi Pemenangan Pasangan Raden Adipati Suri dan Edward Antoni Dalam Pemilukada Serentak Di Way Kanan*, (Skripsi Program Pemikiran Politik Islam IAIN Raden Intan Lampung, Lampung, 2016).

penulis fokus membahas strategi tim sukses Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018. Perbedaannya dengan penulis adalah grand teori penulis menggunakan grand teori *marketing* dalam politik (*product, promotion, price, place*) dan dianalisa dengan SWOT.

**2. Strategi Pemenangan pasangan Joko Widodo – Yusuf Kalla Pada Pilres 2014 (Studi Atas Marketing Politik Melalui Mobil Aspirasi ).** Skripsi ini ditulis oleh Muhammad Maggala, UIN Syarif Hidaytullah Jakarta Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam tahun 2015.<sup>35</sup> Fokus penelitiannya strategi menggunakan mobil aspirasi dalam marketing politik Joko Widodo – Yusuf Kalla. Perbedaannya dengan strategi tim sukses pemenangan Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018 yaitu pada teori yang digunakan, jika skripsi Muhammad Maggala menggunakan teori *marketing* politik Adnan Nursal sedangkan penulis menggunakan grand teori penulis menggunakan *grand* teori *marketing* dalam politik (*product, promotion, price, place*) dan dianalisa dengan SWOT

**3. Kekuatan dan Strategi Politik Dalam Pemilihan Analisis Kemenangan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa.** Skripsi ini ditulis oleh Muhammad Ayub Liwang UIN Alauddin Makassar fakultas

---

<sup>35</sup>Muhammad Maggala, *Strategi Pemenangan pasangan Joko Widodo – Yusuf Kalla Pada Pilres 2014 (Studi Atas Marketing Politik Melalui Mobil Aspirasi )*, (Skripsi Program Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidaytullah Jakarta, Jakarta, 2015).



Ushuluddin, Filsafat dan Politik jurusan Ilmu Politik tahun 2016.<sup>36</sup> Fokus penelitiannya yaitu kekuatan dan strategi politik politiknya.

Perbedaannya dengan strategi tim sukses pemenang Dewi Handayani dalam pemilihan bupati Tanggamus 2018 yaitu teori yang digunakan dan fokus pembahasannya bukan hanya strategi saja ada pembahasan kekuatan jika skripsi Muhammad Ayub Liwang menggunakan teori kekuatan politik sedangkan penulis menggunakan grand teori penulis menggunakan gran teori *marketing* dalam politik (*product, promosion, price, place*) dan dianalisa dengan SWOT.



---

<sup>36</sup>Muhammad Ayub Liwang *Kekuatan dan Stretegi Politik Dalam Pemilukada Analisis Kemengan Adnan Purichta Dalam Pilkada Kabupaten Gowa*, (Skripsi Program Ilmu Politik UIN Alauddin Makasar, Makasar, 2016).

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Referensi Buku:

- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Penelitian Suatu dan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998.
- Ardial, *Komunikasi Politik*, Jakarta: PT Indeks, 2009.
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pres, 2011.
- Dapartemen Agama RI, *Al-Hikmal : Al-Quran dan Terjemahan*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010
- Efendi, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, Bandung: PT Remaja, 2002.
- Fatoni, Abdurahman. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cift, 2011.
- Firmanzah, *Marketing Politik*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia Anggota IKAPI DKI Jakarta, 2008.
- Hasan, M.Iqbal, *Pokok-Pokok Metodologi Penulisan Bidang Sosial*, Bogor: Ghalia Indonesia, 1987.
- Heryanto, Gun-Gun, *Komunikasi Politik*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Junaedi, Fajar, *Komunikasi Politik*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2013.
- Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset*, Bandung; Mandar Maju, 1996.
- Moertopo Ali, *Strategi Politik Nasional*, Jakarta: PT Inaltu Jakarta, 1974.
- Nawawi, Handar, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gama Pres, 1987.
- Rangkuti, Freddy *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisa SWOT*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Rosadi Ruslan, *Manegement Public Relation dan Media: Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: PT Grafindo Pustaka, 2006.
- Schroder, Peter, *Strategi Politik*, Jakarta: Friedrich-Nauman-Stifitung Fur die Freiheit Indonesia, 2013.
- Siagian, Sondang P. *Manejemen Strategik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta 2015.

Tjonteng, Zubakhrum, *Pilkada Serentak Penguatan Demokrasi di Indonesia*, Depok: Pustaka Kemang, 2016.

UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Jakarta: Sekretarian MPR RI, 2017.

#### **Jurnal :**

Arif, Muhammad, *Strategi Political Marketing Kandidat Dalam Pilkadaes ( Studi Kasus Kemenangan M.Fauzi Pada Pilkadaes Desa Sungai Ara Kecamatan Kempas Kabupaten Indragiri Hilir Tahun 2015)*, Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Abdurab, 2015.

Fatimah, Harpani Matnuh, Akhmad Rudini Akbar, *Problematika Keterwakilan Perempuan di DPRD Kota Banjarmasin*, Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Universitas Lambung Mangkurat, Volume 4 No 7, 2014.

Hidayat, Hi Muhatir, *Strategi Polotik Pemenangan Pasangan Kandidat Vonnie Anneke Penambunan-Joppi lengkong Dalam Pemilukada kabubapten Minahasa Utara*, Jurnal Ilmu Pemerintahan FISIP UNSRAT, 2015.

Muchammad Ichsan Saputra, Bambang Santoso Haryono, Mochammad Rozikin, *Marketing Politik Pasangan Kepala Daerah Dalam Pemilukada ((Studi Kasus Tim Sukses Pemenangan Pasangan Abah Anton dan Sutiaji dalam Pemilukada Kota Malang 2013)*, Jurnal Administrasi Publik, Vol 2 No 2, 2013.

Sri Niken Handayani, Drs. Susilo Utomo, M.Si, Drs. Purwoko, MS, *Strategi Pemenangan Faisal-Biem Dalam Pemilukada Gubernur Provinsi DKI Jakarta 2012*, Jurnal Ilmu Pemerintahan Undip, 2013.

Zulkifli, Joko Santoso, *Pengaruh Political Marketing Mix Terhadap Keputusan Memilih Partai Gerindra di Kota Semarang*, Jurnal UNWAHA Jombang, September, 2018.

#### **Wawancara :**

A Dimas Kurniwan, wawancara dengan penulis, rekaman handphone, Kejayaan, 17 September 2019.

Chaca, wawancara dengan penulis, rekaman handphone, Suka Banjar, 19 September 2019.

Doni, wawancara dengan penulis, rekaman handphone, Kebon Kelapa, 17 September 2019.

Fakhrudin N, wawancara dengan penulis, di rumah Fakhrudin, Banding Agung, 13 September 2019.

H Heni Susilo, wawancara dengan penulis, Kantor DPC PKS Tanggamus, Gisting, 14 September 2019.

Imron Shaleh, wawancara dengan penulis, di rumah dinas ketua DPRD kabupaten Tanggamus, Kota Agung, 15 Oktober 2019.

Irwandi, wawancara dengan penulis, Kantor DPRD Tanggamus, Kota Agung, 14 Oktober 2019.

Kurnain, S.IP, wawancara dengan penulis, di toko bangunan, Banding Agung, 15 Oktober 2019.

Lili, wawancara dengan penulis, dirumah Lili, Wonosobo, 17 Oktober 2019.

Robinson, wawancara dengan penulis, dirumah Robinson , Kota Agung, 10 September 2019.

Sopian, wawancara dengan penulis, Kantor DPC PDIP Tanggamus, Kota Agung, 10 September 2019.

Vina Novasari, wawancara dengan penulis, Kantor DPC PDIP Tanggamus, Kota Agung, 10 September 2019.

Warni, wawancara dengan penulis, dirumah warni , Kejayaan, 17 September 2019.

#### **Sumber On-line**

[www.harianlampung.blogspot.com](http://www.harianlampung.blogspot.com). htm (25 September 2019).

<http://kpu.tanggamus.go.id/>. htm (5 Oktober 2018)

<http://kpu.go.id/> htm (22 September 2019)

<http://tanggamus.go.id>. htm (18 Oktober 2018)

<http://repository.uinjkt.ac.id/> htm (10 Desember 2018)

<http://repository.uin-alauddint.ac.id/> htm (10 Desember 2018)

<http://repository.radenintan.ac.id/> htm (10 Desember 2018)